



セールスバンク株式会社  
代表取締役  
西島本 周 様

業種： 営業コンサルティング  
提供商品・サービス： 長期インターン活用コンサルティングサービス

たった1時間の打ち合わせで、  
月40件以上のリードを獲得。

### 抱えていた課題や悩みは何でしたか？

世の中に対して、自社商材のニーズがどれだけあるのを知りたかった。自社で実施するとなれば、ランディングページを作成して、そこから広告をまく等、時間やコストがかかってしまう。またテレアポ等のアウトバウンドでは一定数しか追えないなどの課題がありました。

### 契約の目的や狙いは何でしたか？

一度に40社以上の見込み顧客に対し訴求できるため費用対効果は高く、上手くいくようであれば定期的な実施を考えています。もし仮に上手くいかなかったとしても、自社商材のニーズを知るテストマーケティングになると考えていました。

### 比較した他社の製品・サービスは何でしたか？

自社にて、企業様のお問い合わせフォームへのセールス実施を検討しました。

### 他社のサービスと比較したポイントは？

お問い合わせフォームへのセールス等、自社で実施するとなれば、ランディングページを作成したり、入力を含めたその後の作業を考えると時間やコストがもったいない。そのため、自社でやるよりも、楽で、安く、そして早くできる点を意識しました。

### 契約の決め手は？

以前から付き合いがあったこともあり、予算を確保できればやろうと思っていました。何より、担当営業のHさんが、頑張ってくれて集客しますと言ってくれたので、それならばと思い契約しました。

### 成果はどうでしたか？

1度のセミナーで2~3件決まっており、投資した分は十分に回収できています。また、契約に至らなかったお客様も、違う商材の提案先として有効活用できています。そうした接点を持つ企業様が増えたことも成果の一つです。

### 「マーケアップ」についてご満足・ご評価いただけている点は？

1時間の打ち合わせをするだけで、1ヶ月後に40件以上のリードを提供してくれるため、どう考えても安くて満足しています。業務面でも企画からページ作成、集客、セミナーの運営を含めてディレクションをワンストップでやってくれる点もありがたいです。

株式会社エイチ・エム・グループ  
代表取締役副社長  
川村 隆夫 様

 H.M. GROUP

業種： 個別指導学習塾の運営  
提供商品・サービス： 個別指導学習塾のフランチャイズ加盟促進

Marke-up [マーケアップ]  
Marketing Boot Up Service

## 「マーケアップ」お客様インタビュー

002

1回のセミナー開催につき、  
1件ないし2件の  
加盟店契約が獲得できています。

### 抱えていた課題や悩みは何でしたか？

販売チャネル、訴求チャネルをいかに増やすかが課題でした。そのため、ありとあらゆるフェアやセミナー、ウェブプロモーション等も含め、まずは1回やってみることにしています。そして上手くいくようであれば、その手法を定着化させ、有効な販売チャネルの1つとして確立するつもりです。

### 契約の目的や狙いは何でしたか？

リアル（実際の会場）でセミナーを開催していましたが参加人数は少なく、その上、コロナ禍に突入したこともあり、今後集客状況は厳しくなることが予想されました。そこで（貴社からの提案もあり）、ウェブ開催とすることで、集客の対象エリアを絞らずに行えるため、多くの見込み客を獲得できるのではと考えています。

### 比較した他社の製品・サービスは何でしたか？

コロナ禍で、他の販促チャネルが少なくなり、ウェブプロモーション1本しかない状態でしたので、比較したものと呼ばれるものはありません。

### 他社のサービスと比較したポイントは？

まずは1度やってみて、その上で、内容を判断して上手くいくようであれば、定期開催をと考えていましたので、比較ポイントという点はありません。

### 契約の決め手は？

御社代表や、営業担当者との関係が大きかったです。

### 成果はどうでしたか？

1回のセミナー開催につき、1件ないし2件の加盟店契約が獲得できています。そうした成果もありますので、当面、この施策を継続することが決まっています。

### 「マーケアップ」についてご満足・ご評価いただけている点は？

加盟店契約という目に見えた成果が出ていることに何より満足しています。



にほん営業科学株式会社  
物流事業部 部長  
川西 潤 様

業種： 経営・営業・物流コンサルティング  
提供商品・サービス： 物流コンサルティングサービス

セミナーの内容やタイトル、メールの文章など、自社でノウハウを培えました。

### 抱えていた課題や悩みは何でしたか？

集客が大きな課題でした。紹介をいただいたり、テレアポを行ってはいますが、数を増やそうと思うと限界があります。そうするとDMという手段もありますが、自社でやるのは労力的に難しく、ノウハウも乏しい点があり課題でした。

### 契約の目的や狙いは何でしたか？

新規のお客様とコンタクトをとることが目的です。貴社（エコノス）とは以前からお付き合いしているが、こちらからお願いをすると、その想定以上の成果を毎回出してくれるので、マーケアップに関してもそうした期待を抱いています。

### 比較した他社の製品・サービスは何でしたか？

DM 代行会社をお願いして FAXDM を中心に行っていました。

### 他社のサービスと比較したポイントは？

FAX を用いて食品会社向けのセミナー集客を行いますが、あまり良い結果は得られなかった。そこで、集客のノウハウを持っていて、かつ、そうしたノウハウを弊社に共有し、トータル的に支援してもらえることをポイントにしています。

### 契約の決め手は？

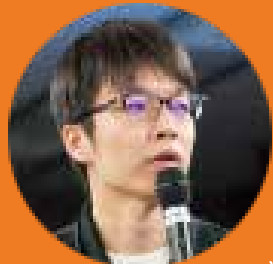
集客だけでなくLP（ランディングページ）作成や、集客のための段取りなど、業務のほとんどをお任せできること。

### 成果はどうでしたか？

成約し売上に繋がっていることは勿論ですが、セミナーの内容やタイトル、メールでの文章など、見せ方一つで成果が大きくなる点を知ったことや、そうしたアドバイスをもえらて自社でノウハウを培えたことが大きいです。

### 「マーケアップ」についてご満足・ご評価いただけている点は？

親身に寄り添い、こちらのニーズをくみ取って、伝えたいことを整理してくれる。そうしたことを取りまとめ、形にしてしてくれるのが頼もしいです。また集客状況も都度報告をしてくれ、その上で今後の方向性についても親身になって相談に乗ってくれる点に満足しています。



株式会社アドバート  
代表取締役  
佐藤 瑞希 様



業種： WEB 広告運用コンサルティング  
提供商品・サービス： WEB 広告インハウス化支援サービス

集客単価は他社より安く、セミナー後の商談率や契約率も良かった。

### 抱えていた課題や悩みは何でしたか？

新規での見込み客獲得の手段は、いくつか用意していたが、どのような施策が最も効果的であり成果を上げられるのか模索している最中でした。

### 契約の目的や狙いは何でしたか？

新規での見込み客を増やすことが目的。成約数はセミナーを通じて月に 2 件獲得すること。あわせて効果的な新規獲得手段を確立することが狙いとしてあります。

### 比較した他社の製品・サービスは何でしたか？

成果報酬型の集客支援サービス。会社名を出すと N 新聞社や W 社。

### 他社のサービスと比較したポイントは？

料金発生するタイミング（成果報酬なのか一式での提供価格なのか）。また、会場の予約や設営といったセミナーの運営、申込者への参加確認の電話まで実施してもらえる点ありがたいです。

### 契約の決め手は？

話を聞いた時点で、まず1度やってみようとは思っていた。あえて決め手と言うのであれば、弊社も貴社も所属している異業種交流団体「関西活性化プロジェクト」から紹介をうけたことが決め手になっています。

### 成果はどうでしたか？

1名あたりの集客単価は他社より安く、セミナー後の商談率や契約率も良かった。マーケアップに支払った費用以上に、売上も作れており、成果は上がっている。

### 「マーケアップ」についてご満足・ご評価いただけている点は？

トータル的にフォローしてもらえる。集客をする段階で、ターゲットをどこにするのかといった企画から、こちらの意図を汲んでやってくれるので助かる。LP や集客のための文章、結果としての集客人数や、そのあとのフォロー等も含めて満足しています。特に、申込者への参加確認電話はありがたいです。